



Rede de farmácias aposta na tecnologia para fazer com que a internet funcione como complemento das lojas físicas, permitindo que o cliente tenha comodidade de encontrar tudo num único local

Marketplace ganha reforço e atrai novos players

A entrada da Rede Panvel no marketplace neste mês de julho reforça a importância da plataforma de e-commerce no setor varejista de diferentes segmentos. Ao reunir vários lojistas em um mesmo ambiente de vendas, a ideia da rede de farmácias é fazer com que a ferramenta funcione como complemento das lojas físicas para que o cliente tenha comodidade de encontrar tudo num único local.

De acordo com Julio Mottin

Neto, CEO do Grupo Panvel, a plataforma terá maior variedade de produtos dentro das categorias existentes, com a ampliação da linha de perfumaria, produtos eletrônicos na área de beleza, produtos ortopédicos, entre outros.

Em uma segunda fase, estarão disponíveis novas categorias no segmento de bem-estar, beleza e conveniência para a família, como equipamentos médicos e hospitalares. A expectativa é passar de 15 mil SKUs (Unidade

de Manutenção de Estoque) para mais de 100 mil SKUs.

Outra estreia na modalidade é a Redemac, de materiais de construção, que vem investindo na digitalização das marcas. O marketplace está em fase piloto e o lançamento no mercado deve ocorrer em setembro, após R\$ 300 mil de investimentos no desenvolvimento de uma plataforma própria, conta Fernando Lopes, diretor-executivo da empresa.

Já a Renner está neste mercado

há mais de um ano, quando lançou o Alameda Renner, marketplace da marca, em maio de 2021. Hoje, são mais de 290 lojas parceiras de diferentes categorias e marcas, que disponibilizam mais de 80 mil produtos, entre vestuário, calçados, acessórios, lingerie, moda esportiva, beleza, perfumaria, bem-estar e casa e decoração. E os resultados já começam a aparecer. O marketplace da Renner finalizou o primeiro trimestre de 2022 com 212 lojas parceiras, aumento

de 37% no sortimento em relação ao último trimestre do ano passado e representando cerca de 5% das vendas realizadas no e-commerce da varejista.

“Cabe destacar que a Renner vem investindo fortemente na curadoria de vendedores parceiros, pois o foco é enriquecer o mix de itens no ambiente online, em sintonia com o posicionamento de mercado da marca e especial atenção à qualidade”, destaca Fabiana Taccola, diretora de Operações.

Cenário é mais desafiador para pequenos empresários e setores que dependem de crédito

A realidade de pós-pandemia afeta de forma diversa pequenos e grandes lojistas, assim como os diferentes segmentos do varejo. O cenário é mais complicado para o pequeno comércio, que tem condição diferente do grande, considera Patrícia Palermo, economista da Fecomércio-RS. Irio Piva, presidente da CDL, concorda. “O consumo está muito relacionado ao estado de espírito e condição econômica da pessoa”, observa.

Entre os setores em dificuldade estão os de informática, celulares e automotivo. Este último, mais sensível aos juros altos que impactam os financiamentos e à crise no abastecimento de componentes, que paralisou fábricas. Enquanto o mercado automotivo de novos e seminovos saiu prejudicado, as vendas de motocicletas ganharam fôlego, assim como os veículos elétricos e híbridos. Mais caros e com mais tecnologia, essas

categorias se destinam a uma parcela da população que sofre menos o impacto da crise. “Tem uma classe que não tem crise, muito plugada e conectada, que está comprando elétricos. Os modelos são caros, mas é o que todos querem”, afirma Álvaro Belini, da revenda Daltro & Belini, de Porto Alegre.

Para reverter a queda nas vendas de automóveis, que caíram 10% este ano, a Sun Motors busca automóveis e utilitários Kia

mais completos, com maior nível de procura. Além disso, explica o sócio Jefferson Furstenau, a empresa oferece maior flexibilidade nas condições de pagamento, incluindo possibilidade de parcelamento no cartão de crédito e a estratégia de comprar em grande volume unidades em promoção. Já na revenda de motos Suzuki e HaoJue, Furstenau detalha que a situação se inverte, com alta de 15% nas vendas. Cautela é palavra de ordem na Daltro & Belini.

“Desde outubro, o mercado vem freando. A inflação deteriorou o poder de compras. Por isso, é preciso cautela. Temos muitos anos de mercado e estamos trabalhando com segurança, sem criar passivo judicial, fiscal ou endividamento”, conta Belini, que espera para o segundo semestre uma retomada a partir das benesses fiscais concedidas à população, que tem efeito multiplicador. “Pode ser a grande saída para movimentar a economia de forma geral.”